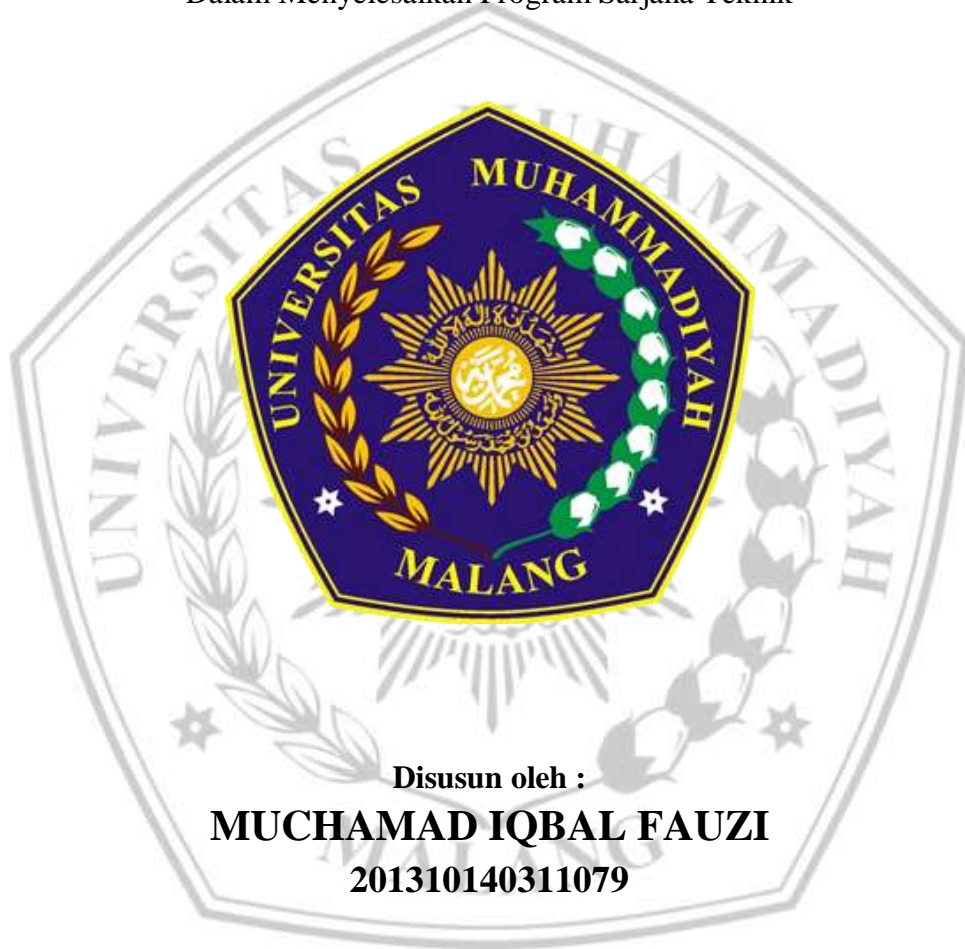


**USULAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *BLUE OCEAN*
*STRATEGY***

(Studi kasus : UKM AILANI FOOD MALANG)

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Akademik
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Teknik



Disusun oleh :

MUCHAMAD IQBAL FAUZI

201310140311079

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
USULAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN
MENGGUNAKAN METODE BLUE OCEAN STRATEGY
(Studi kasus : UKM AILANI FOOD MALANG)



Disusun oleh :

MUCHAMAD IQBAL FAUZI

201310140311079

Menyetujui dan Mengesahkan :

Malang, 14 September 2020

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Ilyas Mas'udin, M. Log.SCM, Ph.D.

Teguh Baroto S.T., M.T

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri

Prof. Ilyas Mas'udin, M. Log.SCM, Ph.D

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Muhammadiyah Malang maupun di Perguruan Tinggi lain.

Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan referensi nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 14 September 2020

Yang membuat pernyataan,

MUCHAMAD IQBAL FAUZI

201310140311079

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan petunjuk, kemudahan, kesehatan, serta kekuatan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“USULAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *BLUE OCEAN STRATEGY* (Studi kasus : UKM AILANI FOOD MALANG)”** dengan baik.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis dengan senang hati ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala tuntunan, kesehatan, kemudahan, kekuatan, dan keselamatan yang diberikan kepada penulis selama pengerjaan skripsi.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke jalan yang benar yaitu islam
3. Kedua Orang Tua tercinta, Ibu Isnainiyah dan Bapak Abdul Jalil Fauzi yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa untuk anaknya hingga sampai pada titik ini. Serta adikku Citra Aisyah Fauzi dan nenek(emak) serta sanak family yang sangat saya rindukan.
4. Bapak Prof. Ilyas Mas'udin, M. Log.SCM, Ph.D. sebagai Dosen Pembimbing I yang memberikan waktu, tenaga, serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini. Dan Bapak Teguh Baroto S.T., M.T. sebagai Dosen Pembimbing II. Terima kasih atas segala motivasi dan masukan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Prof. Ilyas Masudin, S.T., M. Log.SCM, Ph.D., selaku Ketua Jurusan dan Ibu Dian Palupi Restuputri, S.T., M.T., sbagai sekretaris Jurusan Teknik Industri.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staff jurusan Teknik Industri yang telah banyak

membantu dalam penyelesaian skripsi ini serta memberikan banyak ilmu selama perkuliahan

7. Pimpinan UKM Ailani Food dan Bapak Akhmad Sya'ban N. Selaku pemilik.
8. Untuk lingkungan UKM SEPAK BOLA/UMM FC yang telah memberikan bekal kehidupan yang tak ternilai, dan menjadi keluarga baru yang saling mensupport dalam perkembangan sepak bola.
9. IMM yang telah memberikan pencerahan tentang hidup bersosial, bermasyarakat dan bernegara, Fastabiqul Khairat!
10. Teknik Industri 2013B kelas tercinta terutama teman – teman bermasalah ; Lutfhi, Fahri, Panji, Gendut. Dan Teknik Industri angkatan 2013 yang juga bermasalah dan berjuang bersama untuk menuntaskan tulisan ini.
11. Keluarga besar kos 99, Kos 88b alcatraz dan kos/kontrakan lainnya yang pernah saya singgahi.
12. Honorable Mention : farid a.k.a al lamongani, ihsan bukan luminaire, racmad love bird, cucuk salencer, jhon mogu, bayu pangestika, wildan, amru, hudan, boneng, faris, fiki, fadli dan lainnya yang tak sempat tertuliskan.

Akhir kata, rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya. Penulis hanya dapat menghaturkan doa kepada Allah SWT semoga segala perhatian, bantuan, dukungan, semangat serta motivasi, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang mereka berikan kepada penulis. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 14 September 2020

Penulis

MUCHAMAD IQBAL FAUZI

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| Halaman Judul | |
| Lembar Pengesahan Skripsi | |
| Lembar Bimbingan Skripsi | |
| Berita Acara Ujian | |
| Surat Pernyataan Keaslian..... | |
| Surat Keterangan Pengambilan Data dari Perusahaan | |
| Kata Pengantar..... | i |
| Abstrak | iii |
| Abstract | iv |
| Daftar Isi..... | v |
| Daftar Tabel..... | vii |
| Daftar Gambar | viii |
| Daftar Lampiran..... | ix |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 2 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 2 |
| 1.5 Batasan Masalah | 2 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|---|----|
| 2.1 Manajemen Pemasaran..... | 3 |
| 2.2 Strategi Samudera Biru (<i>Blue Ocean Strategy</i>)..... | 3 |
| 2.2.1 Pengertian Strategi Samudera Biru (<i>Blue Ocean Strategy</i>)..... | 3 |
| 2.2.2 Kerangka Kerja Empat Langkah..... | 5 |
| 2.2.3 Kanvas Strategi | 6 |
| 2.3 Langkah-langkah untuk mewujudkan Strategi Samudera Biru | 7 |
| 2.3.1 Prinsip 1: Merekonstruksi Batasan-batasan pasar | 8 |
| 2.3.2 Prinsip 2: Fokus Pada Gambaran Besar, Bukan Pada Angka..... | 9 |
| 2.3.3 Prinsip 3: Menjangkau Melampaui Permintaan Yang Ada | 11 |
| 2.3.4 Prinsip 4: Menjalankan Rangkaian Strategi Secara Benar | 13 |
| 2.3.5 Prinsip 5: Mengatasi Hambatan Utama Organisasi | 16 |
| 2.3.6 Prinsip 6: Mengintegrasikan Eksekusi Ke Dalam Strategi..... | 16 |
| 2.4 Metode AHP | 17 |
| 2.5 Analisa SWOT..... | 19 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1 Flow Chart | 24 |
| 3.2 Tahap Penelitian | 25 |
| 3.2.1 Survey Perusahaan | 25 |
| 3.2.2 Studi Literatur | 25 |
| 3.2.3 Identifikasi Masalah | 25 |
| 3.2.4 Pengumpulan Data | 25 |
| 3.2.4.1 Data Primer | 26 |
| 3.2.4.2 Data Sekunder | 26 |
| 3.2.5 Pengolahan Data | 26 |
| 3.2.5.1 Pembuatan Kanvas Strategi Perusahaan | 26 |
| 3.2.5.2 Penerapan Kerangka Kerja Empat Langkah | 27 |
| 3.3 Analisa Hasil | 27 |
| 3.4 Kesimpulan | 28 |
| 3.5 Usulan Perbaikan | 28 |

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

| | |
|--|----|
| 4.1 Tinjauan Perusahaan | 29 |
| 4.1.1 Analisa Faktor | 30 |
| 4.2 Pengumpulan Data | 31 |
| 4.2.1 Hasil Penyebaran Kuesioner Skor Kepentingan Dan Rating | 31 |
| 4.3 Pengolahan Data | 31 |
| 4.3.1 Perhitungan Skor Kepentingan Dan Rating | 45 |
| 4.3.2 Perumusan Strategi Pemasaran Dengan <i>Blue Ocean Strategy</i> | 47 |
| 4.3.2.1 Kanvas Strategi <i>Blue Ocean</i> | 48 |
| 4.3.2.2 Kerangka Kerja Empat Langkah | 50 |

BAB V ANALISA PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 5.1 Analisa Faktor | 52 |
| 5.1.1 Penjelasan Skor Kepentingan Dan Rating | 53 |
| 5.1.2 Pengertian Grafik Kanvas Strategi <i>Blue Ocean</i> | 54 |
| 5.2. Pembahasan | 55 |
| 5.2.1 Kerangka Kerja Empat Langkah | 56 |

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------|----|
| 6.1 Kesimpulan | 58 |
| 6.3 Saran | 58 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 59 |
|-----------------------------|-----------|

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Perbedaan antara Strategi Samudera Merah dan Samudera Biru | 4 |
| Tabel 2.2 Enam Prinsip Strategi Samudera Biru | 7 |
| Tabel 2.3 Empat Langkah Dalam Memvisualkan Strategi | 10 |
| Tabel 2.4 Analisis SWOT | 20 |
| Tabel 4.1 Skala Pembandingan AHP | 32 |
| Tabel 4.2 Skala Likert | 32 |
| Tabel 4.3 Kuisisioner AHP Faktor Internal | 33 |
| Tabel 4.4 Kuisisioner AHP Faktor Eksternal | 34 |
| Tabel 4.5 Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Internal | 37 |
| Tabel 4.6 Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Eksternal | 38 |
| Tabel 4.7 Bobot Faktor Internal | 39 |
| Tabel 4.8 Bobot Faktor Eksternal | 39 |
| Tabel 4.9 Perkalian Bobot Dengan Rating Faktor internal Dan Eksternal | 42 |
| Tabel 4.10 Penjumlahan Skor Faktor Internal Dan Eksternal | 43 |
| Tabel 4.11 Strategi Perusahaan | 44 |
| Tabel 4.12 Hasil Penyebaran Kuisisioner Ailani Food | 45 |
| Tabel 4.13 Hasil Penyebaran Kuisisioner abon jamur X1 | 45 |
| Tabel 4.14 Hasil Penyebaran Kuisisioner abon jamur X2 | 46 |
| Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Pada Ketiga UKM | 48 |
| Tabel 4.16 Hasil Kerangka Kerja Empat Langkah | 50 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Kerja Empat Langkah | 5 |
| Gambar 2.2 Rangkaian Strategi Samudera Biru..... | 13 |
| Gambar 2.3 Skema Pemetaan Harga | 15 |
| Gambar 2.4 Empat Rintangan Organisasi bagi Eksekusi Strategi..... | 16 |
| Gambar 2.5 Bagaimana Proses Adil Mempengaruhi Sikap dan Perilaku..... | 16 |
| Gambar 2.6 Dampak Samudera Biru Terhadap laba Pertumbuhan..... | 17 |
| Gambar 2.7 Diagram Analisi SWOT | 22 |
| Gambar 3.1 Flow Chart Penelitian | 24 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Ailani Food | 29 |
| Gambar 4.2 Diagram Kuadran Strategi..... | 43 |
| Gambar 4.3 Kanvas Strategi <i>Blue Ocean</i> | 49 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------------------|----|
| Lampiran 1 kuisisioner | 61 |
|------------------------------|----|



DAFTAR PUSTAKA

- Dyson, G. Robert. (2002). *Strategic development and SWOT Analysis at The University of Warwick*.
- Kim, W. Chan, dan Mauborgne, Reene. (2012). *Blue Ocean Strategy. Strategi Smaudra Biru*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. (2005). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan Ke 16. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sukirno, Sadono. (2007). *Ekonomi Pembangunan (Proses, masalah dan kebijakan)*. Kencana Prenada. Jakarta.
- Thomas, L. Saaty. (1970). *Metode AHP (Analytical Hierarchy Process) University Of Pittsburgh, Amerika Serikat*.
- Dharmmesta, B.S. & Handoko, H.(1982), *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PBF Universitas Gadjah Mada.